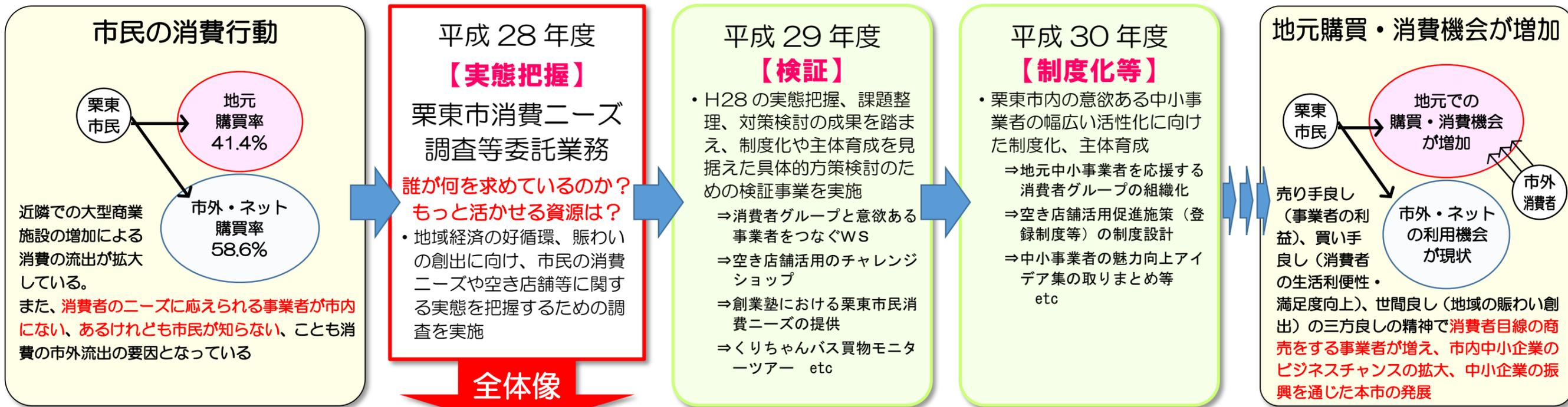


栗東市消費ニーズ調査等委託業務の全体像



① 市民の消費ニーズの整理

・・・【市民の消費活動の実態、消費ニーズ把握のためのアンケート調査】

■平成 26 年市民アンケート調査結果等の分析

・既存のアンケート調査の結果、統計データを整理する。

■消費者ニーズ調査の実施

・現時点での市民の消費活動の実態を把握するため、市民アンケート調査を実施する。より詳細な消費ニーズの把握に向けて、踏み込んだ内容の設問を設ける。

■市民の消費ニーズの整理

・既存調査結果及び本調査における消費者ニーズ調査の結果を踏まえ、市民の消費ニーズや行動実態を整理する。

② 消費行動変容モデル調査

・・・【消費者ニーズ創出(地元消費機会の増加)の方策検討のためのモデル調査】

■来店客ヒアリング

・消費者アンケート調査等から想定される市民の消費ニーズの整理結果を踏まえ、消費行動の変容に繋がる詳細な消費ニーズを確認するため、対面でのヒアリングを食品スーパー周辺（市内5店舗程度を想定）で実施する。

■消費行動変容モデル調査

・消費者ニーズ調査において協力意向を示した回答者に対し、回答内容を踏まえた地元店舗に関する情報提供と合わせて地元消費意欲の変化等を把握する。

■グループ・インタビュー調査

・消費行動変容モデル調査の結果から推察される消費行動や市内事業者等に対する意識変容の要因を確認するためグループ・インタビュー調査を実施する。

③ 空き店舗の実態調査・事業者ヒア・方向性検討

・・・【来街者の増加に向けた空き店舗の実態、市場動向等の把握、方向性の検討】

■空き店舗実態調査

・栗東駅前・手原駅前の賑わい創出に向け、栗東駅周辺地区、手原駅・安養寺地区において空き店舗の実態調査を実施する。

■不動産事業者ヒアリング

・空き店舗対策の方向性を検討するため、不動産事業者（4事業者程度）に不動産市場の状況（オーナー意向、借り手動向等）をヒアリングし、知見を得る。

④ くりちゃんバス利用実態調査

・・・【買い物環境の改善に向けたくりちゃんバスの利用者ニーズ、可能性等の把握】

■くりちゃんバス利用実態調査

・買い物環境の改善に向け、買い物バスとしての利用実態、利用者ニーズを主要駐車場の利用者にヒアリングを実施し、くりちゃんバスの可能性等を把握する。

※生活交通課及び長寿福祉課の事業と連携・調整しながら具体的調査方法を決定

栗東市消費ニーズ調査等委託業務の全体スケジュール（案）

	9月			10月			11月			12月			1月			2月			3月			
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬		
1 市民の消費ニーズの整理																						
平成 26 年市民アンケート調査結果等の分析	←→																					
消費者ニーズ調査の実施				← 調査内容の検討、調査票設計			← 印刷・発送			← 回収			← 集計・解析									
市民の消費ニーズの整理				← サンプル抽出			← 入力															
2 消費行動変容モデル調査																						
来店客ヒアリング									← 関係者調整等準備			← ヒアリング実施										
アンケート調査 (地元消費意欲の変容観測)											← 調査票・資料用意、発送			← 回収			← 入力			← 集計・解析		
グループ・インタビュー調査															← 日程調整、企画等準備			← グループ・インタビュー実施		← 取りまとめ		
3 空き店舗の実態調査・事業者ヒアリング・方向性検討																						
空き店舗の字たち調査	← 現地調査の準備			← 現地調査			← 空き店舗カルテの作成															
不動産事業者ヒアリング							← 関係者調整等準備			← ヒアリング実施			← 取りまとめ									
空き店舗活用の方性の検討											← 現況・課題の整理			← 活用の方向性の検討								
4 くりちゃんバス利用実態調査																						
準備							← 方法の検討			← 関係者との調整												
利用実態調査													← 利用実態調査									
調査の取りまとめ																	← 取りまとめ					
全体の取りまとめ																		← 全体の取りまとめ				
中小企業振興会議				○ 専門部会	● 振興会議	○ 専門部会	○ 専門部会	○ 専門部会	○ 専門部会	○ 専門部会	● 振興会議											

H29 イメージ (例示)

- ◆ りっとう創業塾への情報提供等
- ↓ 連携 ↓
- ◆ 域内調達拡大運動 消費者グループ (ファンクラブ) の組織化、意欲ある事業者グループの組織化、グループ相互をつなぐ機会づくり【WS開催】等
- ↓ 連携 ↓
- ◆ 空きテナント活用によるチャレンジショップ事業等
- ↓ 連携 ↓
- ◆ くりちゃんバスモニターツアー等

今年度調査の概要

次年度事業の提案